

## 第1回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 日 時：平成29年3月23日(木) 13:30~15:30

2 場 所：滋賀県庁本館3階 特別会議室

3 出席者：(敬称略 50音順)

- 委員：石川 亮、 石崎 祥之、 伊吹 惠鐘、 岩田 春美、 王 小娟  
金子 博美、 川戸 良幸、 菅又 武之、 田中 治男、 寺内 貴美子、  
殿村 美樹、 羽田 真樹子、 宮川 富子、 吉田 満梨
- オブザーバー：廣脇 正機

### <開 会>

#### 池永副知事あいさつ

- 「滋賀県観光事業審議会」の開催に当たり、一言ご挨拶を申し上げます。
- このたびは、皆様には委員の就任をお願いしたところ、ご快諾いただき、心よりお礼申し上げます。
- さて、「観光」は、旅行業、宿泊業のほか、農林水産業や製造業など、様々な産業と関連する裾野の広い総合産業であり、その振興をはかることは、地域経済への波及効果や雇用の創出につながっていく。
- 滋賀県においても人口減少局面に入中、本県の豊かな自然、歴史文化などの魅力を活用した「観光」により交流人口を拡大し、地域を活性化していく必要があると考えている。
- 滋賀県は日本一の琵琶湖を中心に広がる豊かな自然に恵まれ、琵琶湖周辺では、ウォーキングやサイクリングなどで「自然」を体感するとともに、心を和ませることもできる。
- また、自然と調和した水にまつわる「生活文化」や「食文化」、戦国の城跡をはじめ、幾度となく歴史の舞台となった全国有数の「歴史資産」など、豊かな観光資源が県内の至る所に存在している。

- 県としては、今後さらに、こうした観光資源の魅力に磨きをかけて発信するにあたり、これらをバラバラにではなく、「水」、これは琵琶湖であり、琵琶湖に注ぐ川であり、その水源である山でもあるが、「水」をキーワードにして、一貫性を持たせて発信していきたいと考えている。
- 具体的には、琵琶湖を自転車で一周する「ビワイチ」を、安心・安全に、さまざまな人々が楽しめるコンテンツとして確立していくため、来年度、官民協働により総合的な推進計画を策定し、体系的に施策を推進していくために、観光交流局内にビワイチ推進室を新たに設置することとした。
- また、来年度は「琵琶湖とその水辺景観一祈りと暮らしの水遺産」が日本遺産に認定されてから3年目を迎えることから、これまでの取組の集大成として、「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を展開し、琵琶湖の価値を全国に発信し、日本遺産の認知度向上や地域の持続的な活性化に繋がるツーリズムの定着を図るとともに、平成30年度に予定している大型観光キャンペーン開催への機運醸成にも繋げていきたいと考えている。
- その他、長年にわたって滋賀県民に親しまれ、歌い継がれている琵琶湖周航の歌が誕生してから100周年という機会を活用した誘客や、本県の良質な水で生産される近江の地酒を活用した酒蔵めぐりなどを展開していく。
- さらに、海外からの誘客についても、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、本県においても、東アジアや東南アジアを中心に海外プロモーションを行うとともに、多言語対応などの受入体制の強化をはかっていく。
- 本日も審議いただく来年度のアクションプラン（案）にも、新たな事業展開を取り入れている。このように、毎年度、計画的に取組を推進するとともに、環境の変化に対応しながら、観光振興施策を展開してまいりたいと考えている。
- 滋賀県の観光振興においては、訪れる観光客に満足いただくだけでなく、お迎えする受入れ側も地域への誇りと郷土愛を深め、さらには、幸せと豊かさを実感できる地域社会を形成する、「訪れてよし、迎えてよし、地域よしの『観光・三方よし』」の推進に向け、観光事業者の皆さん、県民、行政が一体となって取り組んでまいりたいと考えてい

る。

- 私も昨年 1 月に副知事に就任し、滋賀県出身でないことから、逆に滋賀県の素晴らしさを大いに体感している。いろいろ歩き、訪ねた中で、滋賀県には素晴らしいものがたくさんあると思っている。
- 今後、観光振興施策を展開していくにあたり、真に効果的な取組が行えるよう、皆様のお知恵とご経験をお借りしながら推進してまいりたいと考えているので、何卒、よろしく願い申し上げます。

議題 1 平成 29 年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランについて

議題 2 平成 30 年度以降の事業展開について

事務局より資料 4 および 5 について説明があった。

#### 委員意見、質疑

委員から出された意見および質疑の概要は次のとおりである。

(委員)

- 滋賀県の認知度向上において、「ビワイチ」、「近江」、「琵琶湖」など、別の名前で紹介すると、「滋賀県」と認知されないという大問題があると思っている。ビワイチもどこかわからないし、近江牛といっても近江だと滋賀県とわからない。外の方は滋賀、近江、琵琶湖が一緒だと思っていない。ちゃんと滋賀県というワードをしっかりと出すという取り組みを根底に置かないと、いつまでたっても認知度が上がらないのではないかと思う。

(委員)

- アクションプランの 2 ページに今年度の事業がいろいろ掲載されているが、「メイド・イン滋賀」「ココクール」、「滋賀の食材」、「FOOD BRAND OH!MI」、「ビワイチ」など多数のブランドがあるし、既存の取り組みの中でも「MUSUBU SHIGA」、「おいしがうれしが」など多数のブランドサイトが乱立している状態であるが、どのように区分けしているのか。

(委員)

- 今までの意見と別の方向だが、滋賀県の認知度が低いというのは、奈良、京都という

のは昔からある名前であるが、滋賀県の場合は彦根藩、膳所藩がまずあって、滋賀県という名前が後から出てきた。滋賀には古い都があったが、昔は近江京という名称だったので、近江牛であったり、前に近江が付く食べ物や施設がたくさんある。

- 近江商人と言えば滋賀県、これはイコールである。これは誰でも知っている。それほど近江商人は全国に名前を残している。日本橋はもちろんだが、北海道、九州にも。近江商人は八幡の商人だったり、高島の商人だったり、日野商人だったり全国に展開したが、そういう歴史的な遺産、これは文化的なものにもつながると思うが、そのブランドを観光にも結びつけることもできる。例えば、私の近所に伊藤忠商事の創業者の生家があったり、伊藤忠兵衛さんの甥の古川鉄治郎さんが私財を投げ打って豊郷小学校を昭和12年、80年前に建てられた。これはヴォーリス建築事務所の設計だが、今でも一般公開されている。私も何回も行っているが、素晴らしい小学校である。まさに保存しないといけない建物だったと今でも思っている。滋賀県には中山道、東海道という二つの大きな街道があり、そこを近江商人が通り、栄えた。私はそのように、近江と滋賀県を結び付けている。滋賀県という名前をもっと売り込むというのも大事だが、その一つのヒントというのが近江商人にあるのではないかと。近江商人というものを通して、滋賀県の風土というもの全国にアピールするというのが面白いのではないかと思っている。

(委員)

- いろいろ案を出してもらっているが、人づくり、モノづくり、金づくり、情報づくりのためのフォーメーション、プラットフォームが欠けているのではないかと。一つの例としては、モノづくりだが、実際にいいものがたくさんあるが、売れすぎると生産が追い付かなくて、欠品になってイメージが悪くなる。そうかといって、この物がいいので売りましようかと言うと、ポチポチ売れるだけでいいのであまり宣伝してほしくないというものに本当にいいものがある。それならば、大量に作ることはできなくても、お菓子屋さんならお菓子屋さんで集まって一つのブランドを作って、新しいブランドと古いブランドが融合してそれぞれの良さが伝統として引き継がれるといった、こういう生産力と販売力のバランスをうまく考える、そのために既存の物と将来の間に何か新しいプラットフォームを作っていくべきである。
- 人づくりでいうと、現場で実際にお客さんに触れる人が何も考えられず、言われたことだけをやっている。人が全然作れていない。中間の管理職や上層部の意見を下ろすだけで、現場が手足になっているだけで考えて行動できないなど、人づくりができていない。

逆に地域のお祭りに上の人が関わると、ほっといてほしい、私たちは汗を流してやるのがいいんだからということで、人の指示に従わない。この辺のバランスというか、人づくりが欠けている。

- 「ビワイチ」でも、自転車ということにカテゴリーが固まりつつあるが、それも一つとんがる部分としては自転車というのはいいと思うが、それ以外にも、湖上のビワイチもあったり、環状線になっているのでJRでまわる、またトレイルで山を回る、また田んぼとか畑、里山を回る、全てビワイチだというフォーメーションもあり、ただとんがった部分としてはサイクリングというのであればそれはいいが、ある程度カテゴリーを広げられないと、消費とか、お金が落ちないので、いかにフォーメーションをもうワンランク上げるといふ滋賀版DMOをうまく組み立てていくということが今必要な時期ではないか。

(委員)

- 例えば、京都でアンケートをとって、京都にいろんな人が来てほしいですか、というアンケートを住んでいる人に聞いた場合、来ていただきたいという人のパーセンテージが多いが、滋賀県の場合は少ない。というのは、観光事業に携わっている人が少ないから、そういう結果になるのではないかと思う。京都というのは観光客が来て生活が成り立っているという意識があるが、滋賀県の人はその意識が少ない。でも実際は観光事業というのは一部の事業かもしれないが、他府県または世界からお客が来てもらうことによって、住民の方にも波及効果があるし、住民以外の産業にも回りまわって波及効果があるということ認識していただいていないのかと思う。国もやっとここに来て観光というものが産業であると言っているが、なかなかそれが住民の皆さんに浸透していない。だから、一部の観光事業に関わる人が一生懸命観光と言ったところで、全体が受け入れる体制になっていないというのが、まず一つ大きな問題ではないかと思っているし、町のつくりとしても全然、そういうことに関心を向けていなかったのも、看板や有名な見どころの観光ポイントにしても、住民目線の看板であったり、案内であったりということで、本当に他から来てどう思うかという目線で見えていないような作りになっている。それが一回来た人に魅力として伝わっておらず、再び来る所として選んでもらえない。また、そこに行くルートや回り方にしても、住民はわかるかもしれないが、他府県や世界の人に来たときによくわからないし、観光地間の距離感もわからないし、一緒に行った方がいいのか、今回はやめておいた方がいいのかということもわかりづらい。これまで観光というものに他人事だったようなところを、県民を挙げて関心を持ってもらえるよう、住民にもそれを納得してもら

えるようなことをやっていきながら、いいものを発信するということを同時進行で早く進めないといけないのではないかと考えている。

(委員)

- 私は関西空港の観光案内所で16年仕事をしているので、いろいろ変遷も見てきたが、来訪者がいっぱい来ているのはいいことだが、一つは受入れ体制ができていない。関西空港も毎日人が溢れており、日本人も増えているが、外国人の方が圧倒的に増えている。昨年、外国人の利用者が日本人の利用者を超えた。関空の観光案内所の利用者は7割が外国人、3割が日本人である。国全体でも訪日外国人が対前年同期比3桁の増加、関西空港も3桁の増加、観光案内所もほぼ同じくらいの増加である。一人一人に統計を取って記録しているが、滋賀県に関して言うと、2014年度は396件、2015年度は371件、最新の2016年度は379件と、ほぼ横ばい。来訪者は国も関空も増えているにも関わらず、滋賀県に関する問合せはほぼ横ばいである。増えてもいないが、減ってもいない。
  
- 最近の傾向としては東南アジアからの客はスキーが目的の人が多。自分の国はスキーを体験できないので、スキーに対する憧れがある。近畿地方では滋賀県のびわこバレイや箱館山、恐らくロコミで、宣伝していないと思うが、去年から増加している。お客さんにどうして知っているのか聞くとロコミとのこと。行った人のブログで見て行ってみたいと。外国人にとっては歴史文化より体験。もっと行きやすいように、わかりやすいように宣伝していただきたい。あと、他のスポーツも景色も、ターゲットを絞って宣伝していただきたいと思っている。

(委員)

- JRの駅も「近江」が付く駅名が多い。あと、鉄道で琵琶湖を一周する人も多い。これは青春18切符を発売するころもそうだし、きっぷのルールを知っている人なら、百何十円で一周できるということを知っている人もいる。皆さんが思うことは鉄道事業の中でも同じようにされている。大きな話をすれば行政が支援しているDMOづくりということになるだろうが、インバウンドの話もプロモーションとか、外国人目線で本当に何を考えるのか。雪というのは大きな目玉になる。関西からすぐに行けるびわこバレイであったり、箱館山だったり、ちょっとの時間でも楽しんでいただけるならば、それでいい素材になる。我々ができることはアクセスをどのように外国の方に、あるいは国内の方にスムーズに行っていたかという整備につながるのだろうと思う。

○ あと、体制づくりというか、人材ということでは、現場の社員との温度差というのがあるのだと思う。今回、29年度、30年度にキャンペーンをするにあたっては、我々は滋賀県でこんなキャンペーンをやってます、やりますよ、あるいは日本遺産というのはこんなですよ、というのを滋賀県内の各駅で説明しようという試みをしようとしている。せっかく滋賀に来ていただいて、駅員さんが不親切で、悪い気分で帰っていただくと、もう滋賀県には来ないということにもつながると思うし、これまでJRでも各種キャンペーンをやっているが、キャンペーンをやるにあたっては現場がおもてなしをするという風土を醸成していかないと、やはり観光という意味でも発展性がないので、われわれにできる部分ではチャレンジしていきたいと思っている。本当に、県民の皆さんへの浸透であるとか、観光事業は裾野の広い総合産業であるというのを、今までは鉄道であるとか旅行団体とか、旅館・ホテルとか、そういうところだけが専門的にやってきたが、やはり、地域、県全体での取組というのが今後望まれるのだと思う。

(委員)

○ 私は仕事をするようになってから滋賀県に来た。滋賀県の魅力に取りつかれながら、さまざまな研究や、学生とともに滋賀県をベースにしながら造形やデザインに取り組んでいる。これまで「MUSUBU SHIGA」であったり、「日本遺産」であったり、様々な観点で滋賀県の魅力を発信することに取り組んできたが、今日の話全体を聞いている中で、この際、観光という視点をしっかりと持つべきではないかなあと思う。例えば、歴史文化と観光を直結していいかという問題も、歴史や文化もこれまでのさまざまなポテンシャルを研究という立場で拾い上げていくというところがあると思う。観光となると、外からどのように見られているか、外の人にはどんな情報がほしいのか、というところにストライクゾーンの選定がある。そこにいきなりコアな話が出てきたりすると、そこでマッチングが合わない、ということになる。さまざまな、その時その時のターゲットに合わせた対象の名前が出てきている。これが一番最初にお話しされたような「ビワイチ」とか「近江」とかいう話だと思う。様々な名前が出てくるには、様々な名前が出てくる必然性がある。これは私は大事にすべきだと思う。そういう様々な観点を一緒に混ぜるように話をしていくと、立場によって、あの人の言っていることは違うな、とか、意見が分かれてくるが、やはり、せっかくこの場が設けられているので、観光という視点をどう持つかということをお我々がしっかり整理しながら、この視点に立って何か一つのコンセプトを作っていこう、ということだと思う

○ 観光という話からずれて、魅力という話をするが、私はやはり、滋賀県の魅力という

のは暮らしそのものと思う。だから、滋賀県民は暮らしが豊かだし、ゆっくりしているが、いきなりそういう人たちに観光目線になれ、というのも大変だと思う。だからこそ、観光という視点はこういうことなんだよ、ということをしかりと持っていくということが、次につながっていくのではないかなというように考えている。

(委員)

- 私たちは、五個荘観光ボランティアガイドということで、近江商人のことについて、五個荘の町並みを案内している。八幡商人は江戸の前期、日野商人は江戸の中期、五個荘商人は江戸の末期ということで、来てくださったお客様にご案内しているが、私たち観光ボランティアガイドとしては、ホスピタリティの精神を持って、またここに来たいと思っていただけるように、好感度を持ってもらえるように案内している。
  
- 一つお願いしたいのが、お手洗いの設置。最近はどこに行っても観光地というのは設備が整っている。しかしながら、滋賀県はそこがちょっと遅れていて、お客さんにお勧めできる状態ではない。だから、まずそこを一番に、細かいところに視点を当てていただきたい。そしてもう一つ、私は滋賀県のウォーキング協会というところに所属している。サイクリングもいいが、ウォーキングで過去8年間歩き続けている。スポレクをスタートとして、延べ1万6,800人の方に来ていただいております、歩く視点からもそういった設備を整えていただきたい。

(委員)

- もともとは、県民自身が琵琶湖をもっと知ろうじゃないか、歩くと大変だから、自転車だとちょうど2、3日で回れるということで、立ち上げた時、当初県内の方、5万人ほど、都市部と農村部に分けてアンケートした結果、80数パーセントの人が琵琶湖に興味がある、回ってみたいということで、これはいけるということで、自転車で琵琶湖一周を始めた。これまで30数年やってきて、関東周辺の方が多い。そして、特徴的なのはリピーターが多い。それは私たちのやり方というより、琵琶湖の魅力だと思う。単に周るだけだが、もちろん、そこで交流もあるが、やはり琵琶湖の持つ魅力というのはすごいと思う。
  
- 琵琶湖から学んでほしいというのが原点だったが、もう一度観光というものの原点に戻った時、物見遊山ではなくて、そこで見て、学習してもらえるというものをしっかりと押さえておかないといけない。背伸びして何かを作ることばかりではなくて、今の良さそのものをブラッシュアップしていくというか。そうすると、滋賀県は相当観光客が



伸びたが、これは多くが大阪、京都のおこぼれかもしれないが、滋賀県だけで何かをするということではなくて、例えば京都と連携する、そこで一緒の商品を作り上げる。もっと言えば関西圏と連携する。京都にない何が滋賀県にできるかという見方があるのかなと。私は長浜に住んでいて、5、6年前に合併したのだが、長浜市が周辺を取り込んだとき何が起こったかという、むしろ周辺に歴史的な資産がたくさんあり、大きくなったことでそれが全部取り込めた。石田三成とかいろんなものができてきた。京の都と近江は昔から切り離せない。これをブランド化するという発想があってもいいのかなと思う。

(委員)

○ 滋賀県の場合はどうしても大津に県庁があるし、京都に近いとか、いろんなところで西高東低ということ、彦根に育っていてずっと感じている。彦根は昔は大津に次いで2番目の都市だったが、人口がそんなに減っているわけではないが、順位が下がっている。彦根も観光が目玉、そして学研都市といったいろんな面がある。今聞いていて、滋賀県が観光として何を指すか、どういう所からお客さんに来てもらうか、それが絞り切れていない感じがいつもしている。私も旅行でいろんな所へ行くが、やはりある程度旅行の目的、どこでもいからきれいな所に行けばいいというのではなく、それぞれ目的がある。だから、いろんな人というよりはある程度ターゲットというか、滋賀県のこういう所に来てほしいということをもう少し絞り込んだPRというか、京都、奈良も寺が多いが、滋賀県も3,000から寺があるといったこともPRが必要。

○ 滋賀県は琵琶湖が観光の目玉だが、逆に市民生活からすると、琵琶湖の対岸に行くのにすごく時間がかかる。彦根から高島に行こうとすると、どちらから周っても時間がかかる。いつもフェリーがあればどれだけ高島に行くのが楽かと思う。滋賀のいいところと足りないところを選別して滋賀のいいところ、普段から思っているが、滋賀は日本のおへそのようなところにあり、交通アクセスもとてもいいし、彦根の近くにも大きな工場がたくさんあり、国内から工場関係者が越してきて、みなさんすごくいいところだと言われる。何がいかと考えると、滋賀県は暦が暦通りやってくる。とてもいい場所で、そして日本のちょうど中心の場所、関西空港、セントレアにも近いし、東京にも新幹線で2～3時間で行けるなど交通アクセスがいいところだし、いいところがたくさんあるが、それがPRしきれていない。観光というに来ていただいて、見ていただいてとなるが、自転車で一周回ってもらうだけではダメで、やはり経済効果も付いてこない、業務に携わっている方、地域の方の潤いといったことを考えると、もう少しターゲットを絞ったような取り組みが必要ではないか。戦国時代、近江商人にも時代があるが、どの時代のドラマにも滋賀県の

どこかが出てくる。これがつながっていない。そういうことももっともっと表に出して、滋賀県を認知いただくためには、せっかくいろんなところで取り上げていただいているのに、つながっていないような気がしている。

(委員)

- 私の店は交通の便が悪い場所にあるが、年間だいたい十数万人に来ていただいている。店にマニュアルは一切なくて、またお客さんに来てもらえる店づくりをして、としか言っていない。交わす言葉とか、店でのやりとりとか、お店づくりとかは全部任せて、フレンドリーな感じで、リピーターの方も来ていただいている。例えば、自分が観光に行った時でも、ここのおばちゃんがおもしろかったとか、ここ旅館の女将さんがよくしゃべってくれたからまた行きたいとか、人材面に惚れていくパターンが結構あると思う。スタッフ任せにできるのは小さい会社だから成り立つ話だと思うが、ハード面も大事だが、ソフト面を充実させるのが、観光に自分が行った時でも大事だと感じている。

(委員)

- 滋賀県は資源の種類が多い所で、歴史もそうだし、食べ物だったりスポーツだったり、アニメもあつたりということで、それぞれにブランドが乱立するのもよくわかる話で、それを一つにまとめるのは難しい話だと思って皆さんの話を聞いていた。それはもうちょっとネガティブな言い方をすると、例えば歴史であれば京都と比較して、京都の方が先に観光資源化されているし、食であったらとか、アニメであったらとか、どれか一つでもって差別化の要素として、それだけでいこうというのも難しい状況だと思う。皆さんが言っていたように、総体として観光資源としてそれしかないという印象を私も持ちながら、聞いていた。何でもありにしてしまうと、非効率で伝わりにくいやり方にしかならないので、全部をまとめるコンセプトを作ったほうがいいというのもそのとおりだと思う。個人的には、滋賀県の特徴としては外から観光客がたくさん入ってきて、それが商売になることをよしとっていない人が多いのが、極めて特徴的なエリアだと思っている。それはネガティブなことだけではなくて、すごく豊か地域資源があつて、それを一番享受しているのが住んでいる人だというエリアだと思う。だから、ライフスタイルとしては極めて豊かなものを持っている地域だと思うが、それは人口の増加率やいろんな指標で表れているが、一方で、だからこそ地元でしか流通していないとか、消費されないものがいっぱいあるという伝わりにくさとか、生活の中に隠れているような資源が観光資源になっているものだったりするということだと思う。観光の研究の領域にオーセンティシティという概念があり、それは日本語でいうと「本物感」と訳されていたりするが、これは観光をビジネスにする

と減っていくものである。その地域にあるあるがままのオーセンティシティというのがイコール観光資源になっているということが言われており、それがすごく高い地域だなあと個人的には思っている。それは商業化とトレードオフの関係にあるので、うまく観光化されていないというのはよくわかる話だが、暮らしそのもの、豊かなライフスタイルそのものを観光の資源にしていくというのはすごく難しいことだと思いながら聞いていたが、一方で例えばアメリカのポートランドのように人口がすごく増えていて、それはなぜかと振り返ってみると、こういう資源があったということが発見されたという地域もあるので、うまくこの会議を通じてそういう資源が見いだせたらいいなと思う。

(委員)

○ 京都とのタイアップという話があったが、私も観光に行くのが大好きで、この前の3連休も京都と滋賀をレンタカーで回っていた。たまたま宇治の平等院に行ったが、すごい人で、宇治の平等院と言えば源氏物語であるが、源氏物語ミュージアムにも行った。何回も行っているが、あそこは紫式部なので、すごく日が当たっている。ところが、紫式部が源氏物語を執筆した石山寺という有名な場所が全く認知されていない。紫式部は滋賀にたいへんゆかりのある人である。でも、そこで石山寺が光っていない。独自性はいいが、滋賀が京都の下に隠れてしまっている。滋賀県はいつも見えない。だから、もっとその場所に光を当てる、それが観光の光だと思う。その光を観に来るのが観光である。平等院の阿彌陀堂はいつも人がいっぱい入れないが、あのように何かスポットを当てるものが必要だと感じた。

○ 伏見稲荷神社はまるで初詣かと思うほど沢山の観光客がおり、中でも中国人が多かった。感心したのが、中国語のパンフレットもちゃんと用意してあって、受け入れる側、店員にしてもそうだが、場所を聞いても英語などで答えられて、そういうおもてなしの心というのがすごく京都はあるなと感じた。滋賀県が本当にこの会議で観光に力を入れるのであれば、京都は観光の一流だと思うが、滋賀県は一流にはならないまでもせめて二流ぐらいに何とかするためには、一番大事なのは我々だけではなく、滋賀県全体の人が観光で滋賀県が潤うということをもっと認識していただけるようなPRをするべきだと考えている。

(委員)

○ 滋賀県は今までPRが下手だと言われていて、それは滋賀県の人たちが幸せだからわざわざ外にPRしなくてもというのがあると思うが、それを逆手にとって、この幸せな滋

賀県を見に来ませんか、みたいなPRの仕方で、その内容としてはこんなにいっぱいありますよというのを、それぞれのところで掘り下げるといったのもいいのではないかと思う。前から言っていることだが、なかなかそれに取り組めなかった。

- それと、旅館をされていて感じるのは、教育旅行で子供のうちに一回ここに足を踏み入れていただくと、後々大人になってから、卒業旅行とか、大人になってからの友達とのグループ旅行、同窓会とかで来やすくなる。一步踏み入れておくと来やすくなるというのがあるので、そういうリピーターの方も結構いるので、教育旅行の取り込みというのにもっと力を入れて、それもどういうポイントで教育旅行に来たらいいのかというのが先生方にわかってもらわないといけない。琵琶湖体験とかいろんな体験物があるが、古墳時代から現代まで歴史の年表全部に滋賀県が入ってきているので、その年表と地名を全部リンクさせて、この時代のここを見るならここに行ってくださいみたいな、他府県ではできない滋賀県ならではのオリジナル年表を作ってそれを学校で配布して、これを見に滋賀県に来てくださいみたいな、具体的な教育旅行の誘致みたいなものも長い目で見て必要ではないかと思う。

(委員)

- 滋賀県の魅力は暮らしそのものにあるというのを私も実感している。例えば、私は今、長浜に行くことが多いが、そちらの地域の事業者の方と話をしていると、長浜だけでもたくさんの魅力があり、その中でも人であるとか、生活文化であるとか、観音文化も有名だが、暮らしに根付いているものが魅力になるということをよく言われる。29年度はいよいよ日本遺産のぐるっと博が開催されるが、やはり水と文化が中心となるキャンペーンとなるので、ぜひそういう観点のものを29年度だけで終わらせることなく、30年度以降も引き続きPRしていけるような取り組みを推進していければいいのかなあと考えている。

(委員)

- 暮らすように旅するというのが、ひょっとしたら新しい旅のトレンドとして、特に滋賀県の場合は、30年度以降の一つの柱になるのではないかという予感がする。

(委員)

- モデルというか、見本というのはやはりいると思う。外から見ていていつも思うのは、滋賀県は京都の隣にあって自然が豊かなので、パリの郊外のようなイメージがある。日本でいうと神奈川県ではないかと思う。神奈川県は東京のすぐ近くで、主張されていないが、

鎌倉があり、横浜があり、東京よりよっぽどハイレベルな生活をしているというイメージがある。パリの郊外もそうで、パリではないが、ものすごくハイレベルな生活をしていて、みんな行きたがる。そういうものをサンプルとして考えてみれば、私は滋賀県の観光の指針というのができてくるのではと思う。滋賀が世界一の観光都市である京都と戦ってブランドを上げるということではなくて、京都と共存してブランド価値を上げることを考えるべきではないか。パリの郊外のようなイメージを出すブランド戦略には、私は経済効果も期待できると思う。

(委員)

- 滋賀県は生活資源と観光資源が非常に豊かで、だから普段生活しているものをいかに観光として売るのではなくて、迎え入れる素材として持っているという、あくまで売り物にするのではなくて、入ってくればお迎えできるという生活資源を観光資源に持っていき、これがまちづくり自体が観光の資源づくりだということである。もう一方で、歴史とか文化、体験やスポーツという話も出ていたが、それとまちづくりと観光の中で、衣食住という豊かな文化があり、この三つがそれぞれに独立しているというものよりも、この三つが私が好きな言葉である三方よしではないが、それぞれが刺激し合って、共有し合う、その中心にあるのが琵琶湖の水資産で、つながっていないようなものもあるが、つながっているということでまず組み立てて、その上でつながっていないものをいかに結びつけていくか、これだけの長い歴史があるので、どこかでつながるはずであるし、周りが山に囲まれて、真ん中に琵琶湖があるから何かつながっていると思う。それを地域に分割させている行政の取り組みを少し変えていかないといけないのではないか。それが京都との連携もあるし、関西という広域でのあり方もあると思うが、この辺の考え方を柔軟にしたらいいかと思う。

(委員)

- 今日は大変多彩な意見をいただき、まとめるのが大変だと思うが、その時に一番基礎になる土台があって、そこに何本か柱が立っているというような、地に足の着いたプランができれば、恐らく時の試練にも耐えられるようなものができるのではないかと考えている。今日は一回目なので、まとめる方向ではなくて、ぜひ委員の皆さんが思っている問題意識みたいなものをぶつけていただければありがたいと思う。

(委員)

- 一つ話題提供であるが、昨年、東京芸大で湖北の観音の祈りと暮らしの展示があり、

実は一昨年もあったが、そこで何が行われたかという、仏像そのもの、観音そのものがテーマになったのではなくて、湖北の祈りと暮らし、暮らしそのものがテーマになった。当初、一回目の時は東京芸大もどれだけ来てくれるかなあと思っていたら、とんでもなくたくさんの方が来られて、昨年も多くの方でいっぱいになった。奈良の超一級の仏像ではなくて、ほとんど知られていない、それを祈りと暮らしをテーマとし、そこにたくさんの方が来られたという、東京でたいへんな反応があったということを経験提供させていただく。

(委員)

- 成安造形大学でもこの2年くらい、暮らしと結びついた取組ということで、秋に芸術祭というのをさせてもらった。2年前は彦根仏壇にお願いして、仏壇を一回解体してみるということもさせてもらった。それで、最初に話したように、どうやら暮らしの豊かさではないかなあと我々は考えていて、京都というのは世界都市で、そういった歴史的な文脈の深い世界都市の近くの都市というのは必ず全世界にたくさんあると思うが、例えばベニスブエナーレというのがあって、現代美術の展覧会が2年に1回ベニスであるが、そのベニスの一つ手前にパドヴァという町があり、実は何回も行っている我々はベニスではなくパドヴァに泊まる。パドヴァの方が暮らしが豊かであるし、ご飯もおいしい、安いので必ず行く。滋賀県もそういう場所なんじゃないかなあと。おそらくロンドンの周辺にも例えばバースとか、バースはセレブリティが住んでいるところだが、やはり中心都市の周辺都市というのは中心都市に向かって様々な物資が入ったり、情報が入ったりしているので、必ず豊かな場所だと思うが、そういった場所を分析して行って、どんなスタンスで観光やブランディングやそういうものを考えているか分析してみたいというのものもあるのかなと思う。

(委員)

- 最後にオブザーバーの方にもご意見をいただきたい。

(オブザーバー)

- 今回もいろんな課題とご意見を頂戴した。今話が出た中で、滋賀県の豊かさがそのまま観光資源になるということについては、一番印象に残った点である。というのは、県の観光の具体的な事業を実施する団体として、今年、「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を開催しようとしている。別にパビリオンを作るつもりは全くなくて、その地域、地域のそれぞれの指定された文化財を中心にして、実際にそれを楽しんでも

らえるように、歩いてもらえるようにしようということをしている。そうすると、先日、まちづくりの関係で東近江に行くと、指定されている文化財のうち、例えば大津の三井寺などは以前から文化財イコール観光資源となっていてすでに皆さんご存知でいいのだが、そうでないものがたくさん指定されている中に伊庭の水郷というのがあるが、これが手強いところで、昔ながらの風情が残っている普通の町で、普通に暮らしているが、その説明が難しい。ご存知かもしれないが、カバタというのが湖西にあり、これも指定されているが、あれは昔は誰も説明することはなかったが、この10年くらい注目されて、それでシステムをお作りになって、自治会に千円払っていただくと、人の台所に入るわけなので、札を付けてもらって、その札を付けた人が案内付きでないと絶対回れない。入れる敷地と入れない敷地が明確に区別されていて、入れる所だけ入ってもらい、そうすると千円入るので、今自治会は一千万円くらい儲かっている。だから、ああいうことをできないといけませんが、そこに至るまでが結構たいへんだったようで、伊庭の水郷も実はトイレが自治会館にあるが、自治会長が鍵をもっており、毎回自治会長に来てくれというのも・・・というところから始まって、観光客にぞろぞろ歩かれても困るといふ人も自治会の中にいて、東近江市と一緒にやっているが、東近江市に自治会の説得を頼んでも、急にはできない。

- 発信とネタ作りと、トイレといったインフラ作りの三方よしが必要だが、発信はお金があればできるかなあという気がしなくもないが、あるいはインフラもお金があったらできるかなあと思うが、まちづくりの部分が手間がかかるというのがつくづくわかった。ただ、いったんできるとそれはパビリオンみたいにパッと消えるのではなくて、残るだろうと思ってがんばっている。先は長いが、せつかくこの機会にそういうことをやりかけたので、何とか1個でも2個でも、第二のカバタのようなものができるかなあと思っている。

(委員)

- 本日は皆さんから本当に多岐にわたる意見をいただいた。県におかれては本日の議論を踏まえて、アクションプランの取りまとめと、今後の効果的な事業の展開について、よろしく願いたい。

### 議題3 その他

委員より、琵琶湖汽船開業記念誌「琵琶湖（うみ）に懐（いだ）かれて」について説明があった。

## 福永商工観光労働部長あいさつ

- 終始熱心に議論いただき、ありがとうございました。今、日本中で観光交流というのがブームになっている。その中で、滋賀が滋賀らしいものをどのように進めていくのか、というのはわれわれも知事、副知事とも議論を進めている。その中で、やはり滋賀というのは琵琶湖と水というのが一つ大きなキーワードではないかと思っている。やはり日本一大きくて有名な湖である琵琶湖を有している滋賀が、それを最大限活用しながら観光振興を進めていく、そこにはやはり先ほどから出ていた水、そしてその水が祈りと暮らしに繋がっていると、ここがキーワードでやろうと、今知事と議論をしているところである。
- ただ、具体的な戦略、戦術をどうしていくのか、という大きな課題がある。その中で今日いただいた意見の中で、我々がこれから心してやらないといけないのは、滋賀らしい豊かさを体験していただけるような取り組みをやらなくてはいけないと思っている。ただ、むやみやたらに発信してもダメなので、そこはターゲットをきちんと見据えて、こういうターゲットにこういう切り口でPRしていくのがいいのではないかとこのことがある。その中で、今一つの動きとして我々が考えているのが、観光を単なる観光資源だけの観光ではなく、食と観光というのを今以上に結びつけ、やはりここに来たらこういうものが体験できる、こういうものが見られる、併せてこういうものが食べられる、こういうものが味わえるということが大切ではないかと思っており、ここに滋賀の持っている琵琶湖の湖魚を使った鮎ずしをはじめとしたいろんなもの、近江牛であるとか、近江のお米、それから最近近江の野菜もあるので、そういう取組とうまく連携して進めていきたい。それとプラスして、滋賀にある地酒、先日もきき酒会をやっていただいたが、こういうのも加えてやっていく必要があると思っている。
- あと、来訪者の目線を常に意識しながら物事を進めていかななくてはならないと思っている。そして、最後の方に話が出た広域的な連携がある。実は昨日、滋賀県と京都府、そして福井県の3府県での会議があり、高速道路でぐるっと、京都縦貫道、そして若狭の道路がつながっているので、これを活用して、2泊3日あるいは3泊4日という形でぐるっと回ってもらおうという取組をしている。そして実はここに4つの日本遺産、若狭・小浜、舞鶴、宇治、琵琶湖があるので、相互に協力して、多くの方に来ていただくという取組で、ネクスコと連携して進めていければと思っている。



○ JRとは関西国際空港からのアクセスを十分活かしながら、広域的に滋賀に来ていただけるよう、連携していきたい。私が意識しているのは滋賀のあるがままの自然をゆっくり味わっていただけるという観光を滋賀は目指していければというように考えているので、今日いただいた様々な意見を十分踏まえながら、我々としても今後の展開を検討して、また皆さんの意見も伺いながら、平成30年度以降の、一過性でない長く続く観光振興に取り組んでいきたいと考えているので、引き続きご指導や様々なご意見をいただき、滋賀の観光がよりよくなるようにご協力いただくようお願い申し上げます、閉会のあいさつとさせていただきます。

<閉 会>